

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PADA KUALITAS APLIKASI TICBOX ONLINE SURVEY PT. INOVASI CIPTA ABADI DENGAN MENGGUNAKAN METODE WEBQUAL

¹ Syalis Ibnih Melati Istini

² Teguh Prabowo

¹Universitas Gunadarma, syalismelati@staff.gunadarma.ac.id

²Universitas Gunadarma, teguhtghe.idc@gmail.com

ABSTRAK

Ketatnya persaingan dalam dunia bisnis menuntut perusahaan mengatur strategi bisnis yang terus berevolusi, salah satunya yang dikenal dengan internet marketing. Internet marketing memungkinkan perusahaan untuk tetap memasarkan produknya secara bebas tanpa dibatasi ruang dan waktu. PT Inovasi Cipta Abadi adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa konsultasi piranti lunak membuat produk online riset (TICBOX) sebagai pencari solusi yang terbaik dan komunikasi dua arah antara Produsen dan Konsumen agar tetap terjalin dengan baik. Salah satu cara yang digunakan untuk mempertahankan kualitas dari TICBOX adalah dengan mengukur kepuasan konsumen terhadap website tersebut, Kualitas TICBOX diukur dengan menggunakan metode WebQual 4.0 yang mempunyai 4 variabel yaitu usability, information quality, interaction quality dan overall impression dilakukan dengan melalui uji korelasi dan regresi berganda yang diperuntukkan untuk melihat hubungan ada tidak nya pengaruh variabel tersebut terhadap kepuasan konsumen, diperoleh nilai R adalah 0.798 atau lebih besar dari pada nilai R tabel yaitu 0.637 hal ini menunjukkan bahwa antara variable bebas dan variable terikat mempunyai pengaruh, besarnya pengaruh antara variable tersebut dilihat dari nilai Adjusted R Square yaitu 0.625, yang berarti antara variable bebas (Usability, Quality Information, Quality Interaction) memiliki pengaruh 62.5% terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: WebQual, Perusahaan, Konsumen, TICBOX.

PENDAHULUAN

Internet di Indonesia terus berkembang dengan cepat, dibuktikan dengan meningkatnya jumlah pengguna internet tahun demi tahun. Saat ini internet telah menciptakan kemampuan bisnis baru yang dapat menghapus paradigma teknologi informasi tradisional salah satunya dengan situs (*website*). *Website* atau *World Wide Web* (WWW) adalah salah satu media penting dimana pengguna dapat menemukan semua jenis informasi yang berkaitan dengan bidang mereka sendiri merupakan salah satu bentuk media masa yang dipublikasi melalui jaringan internet yang dapat diakses dimanapun dan kapanpun (Monalisa, 2016),

Kemajuan teknologi internet kini telah menjadi simbol cara berkomunikasi secara bebas, tanpa dibatasi oleh ruang, jarak dan waktu. Didukung berbagai kelebihan dan keunggulan dari internet, antara lain adalah biaya koneksi yang relatif terjangkau dan ketersediaan informasi yang tak terbatas, internet saat ini menjadi salah satu kebutuhan utama masyarakat dalam memenuhi segala kebutuhan yang terkait dengan informasi (Manik, 2017). dari sudut pandang pengguna, jika pengguna merasa tidak terpuaskan dengan suatu *website* maka ada kemungkinan pengguna situs akan mencari situs lain. Situs yang berkualitas akan membuat para penggunanya menjelajah situs

tersebut dengan waktu yang lama. Hal ini akan sangat menguntungkan bagi para pengelola situs, dikarenakan hal tersebut membuat situs mereka menjadi terkenal dan ramai oleh pengguna.

Aktivitas memasarkan barang atau jasa dalam dunia internet biasa disebut Internet Marketing. Alat yang dapat digunakan sebagai media pemasaran *online* melalui *internet* (*internet marketing*) umumnya terdiri dari *website*, sosial media, iklan *banner*, *afiliasi online*, *sponsorship*, *search engine marketing* dan *e-mail* (Ahmadi, et al., 2013). Penggunaan Internet, berdasarkan survey dari AC Nielsen tahun 2015, mengalami peningkatan yang sangat drastis dalam satu dasawarsa terakhir. Hingga pertengahan tahun 2015, pengguna internet di dunia telah mencapai 3 Milyar jiwa atau sekitar 41% dari 7,2 Milyar penduduk bumi, dan sepertiganya merupakan penduduk Asia.

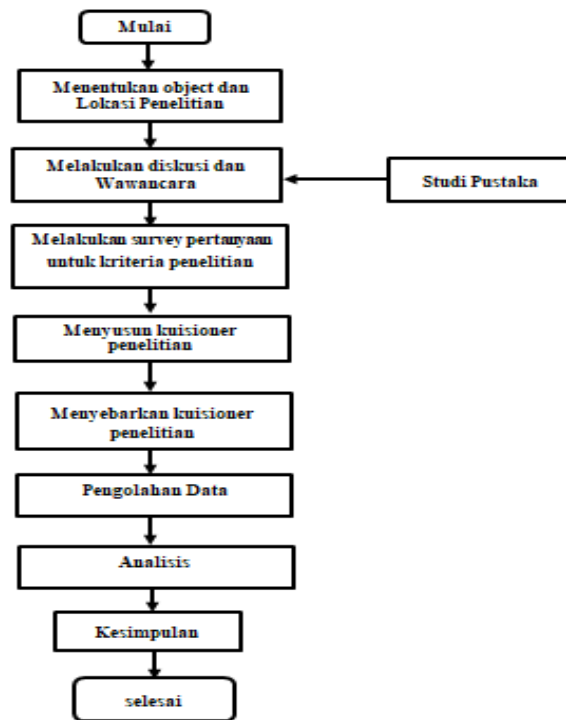
Saat ini internet menjadi unggulan bagi para pebisnis dalam usaha memenangkan persaingan bisnis. Ini didasari oleh meningkatnya pengguna internet di dunia yang dimana memudahkan para pebisnis untuk memasarkan dan mengembangkan lahan bisnisnya (Sastika, 2016). PT Inovasi Cipta Abadi yang bergerak dibidang jasa konsultasi piranti lunak, melihat titik peluang untuk terjun dalam dunia bisnis dengan menggunakan fasilitas internet yang berfokus pada satu titik produk online riset. Dalam strategi bisnis pada suatu perusahaan, sering kali mengalami hambatan pada sebuah rencana yang direncanakan. Hal yang terjadi biasanya terdapat pada kegagalan dalam menyampaikan sebuah informasi produk yang dijual ataupun salah penempatan target yang dituju. Melihat kejadian ini PT Inovasi Cipta Abadi membuat produk online riset (TICBOX) sebagai pencari solusi yang terbaik dan komunikasi dua arah

antara Produsen dan Konsumen. Dalam mewujudkan tujuan dari PT Inovasi Cipta Abadi, memerlukan strategi strategi bisnis untuk mendapatkan hasil yang maksimal di penjualan Ticbox tersebut, oleh karena itu, perlu diperhatikan dengan baik terutama yang berkaitan dengan faktor-faktor yang terdapat di dalam kinerja produk Ticbox. Kualitas *website* dapat diukur oleh pengguna dengan menggunakan WebQual 4.0. Pengukuran kualitas *website* dengan menggunakan WebQual 4.0 akan membantu pengelola *website* untuk dapat menyesuaikan kualitas *website* dengan persepsi pengguna. WebQual 4.0 memiliki beberapa variabel yang dapat diukur yaitu kualitas kegunaan, kualitas informasi dan kualitas interaksi layanan. (Furkonudin et al, 2016). Pengukuran kualitas *website* yang dilakukan oleh konsumen dapat membantu perusahaan. Berdasarkan pengukuran yang dilakukan oleh konsumen mengenai kualitas *website*, perusahaan dapat melakukan pemeliharaan dan perbaikan terhadap website (Alhasanah, 2014).

Penilaian dari kinerja produk aplikasi Ticbox ini sangat perlu dilakukan, hal ini untuk mengetahui apakah produk tersebut sudah memberikan kepuasan kepada para klien perusahaan atau sebaliknya, maka diadakan penelitian yang bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh antara kompensasi yang diterima oleh pihak klien terhadap kepuasan dari hasil pengolahan data yang dikumpulkan tersebut.

METODE PENELITIAN

Agar penelitian ini berjalan dengan sistematis, maka langkah awal yang dilakukan adalah membuat perencanaan dalam pemecahan masalah yang akan dilalui seperti yang terlihat pada Gambar1.



Gambar1. Langkah-langkah penelitian

1. Menentukan objek dan lokasi penelitian
Objek yang akan diteliti adalah sebuah perusahaan jasa konsultasi piranti perangkat lunak yang berlokasi di kawasan mega kuningan, Jakarta selatan yang bernama PT. Inovasi Cipta abdi.
2. Melakukan Diskusi Dan Wawancara dan studi pustaka
Diskusi dilakukan dengan Direktur, staff serta klien dengan tujuan menentukan masalah apa yang akan diangkat dan dianalisa sehingga diperoleh hasil untuk mengangkat tema tentang kepuasan pengguna dan klien yang telah bekerja sama, memberikan informasi tambahan dan kelebihan serta kekurangan dari produk aplikasi yang dijual di PT. Inovasi Cipta Abadi.
3. Melakukan Survey pertanyaan untuk kreteria penelitian
Survey dilakukan untuk memperoleh kriteria-kriteria yang akan digunakan dalam menentukan tujuan mencari

informasi yang paling optimal dengan memberikan pertanyaan kepada tim marketing sales, hasil survey ini dijadikan acuan sehingga diperoleh 6 kriteria pembanding yaitu ketersediaan (*availability*), mudah dimengerti (*understandable*), akurasi informasi (*accurate*), aktual (*timely*), kesesuaian informasi (*relevan*) dan kelengkapan informasi (*completeness*).

4. Menyusun dan Menyebarkan Kuisioner Penelitian
Setelah memperoleh kriteria dari tahap sebelumnya, selanjutnya hal yang dilakukan adalah penyusunan kuisioner yang kemudian akan disebar kepada pihak-pihak yang telah bekerjasama dengan PT Inovasi Cipta Abadi dan pengguna aplikasi TICBOX (respondent). Dalam proses penyebaran kuisioner, didapatkan 172 responden yang mengisi kuisioner yang selanjutnya memproses 100 kuisioner untuk melanjutkan penelitian.

Pengumpulan data dilakukan melalui kuisisioner yang dianalisa secara kuantitatif dengan *item* jawaban diberi bobot dengan klarifikasi sebagai berikut:

5. Instrument Pengukuran WebQual 4.0

Instrumen atau pertanyaan yang digunakan pada penelitian ini memakai daftar pertanyaan dengan Pendekatan *Webqual 4.0* yang diuraikan pada tabel 2.

6. Pengolahan data menggunakan Metode Webqual

Pengolahan data dilakukan setelah pengambilan data keputusan berbentuk kuisisioner dan disajikan dengan menggunakan metode Webqual untuk mendapatkan kepuasan konsumen dan responden terhadap aplikasi *webbase* ini.

7. Analisa Data

Data-data yang telah dikumpulkan akan dianalisis dengan menggunakan beberapa metode analisis evaluatif (kuantitatif) yang diperlukan untuk mengetahui tingkat kepuasan klien dan responden terhadap aplikasi *webbase online survey* (TICBOX) yang digunakan. Pada analisa data, dilakukan beberapa pengujian yang dihitung menggunakan software SPSS dan hasilnya akan ditampilkan

pada bab Hasil Penelitian. Adapun uji yang dilakukan adalah Uji Validitas dan Reliabilitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heterokedastisitas, Uji Autokorelasi, Uji Normalitas, dan Uji Model Regresi Berganda.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan dibagi menjadi beberapa bagian, penyebaran kuisisioner menghasilkan 100 orang responden yang dibedakan berdasarkan usia, jenis kelaminnya, pekerjaan seperti yang disajikan dalam tabel

1. Hasil Uji Validitas

Skor tiap butir syarat minimum adalah $r=0.3$ sehingga bila ada *item* yang nilainya dibawah ketentuan tersebut, *item* dianggap tidak *valid*.

a. Uji Validitas Dimensi *Usability*

Terdapat 8 item pertanyaan yang masuk kedalam kuisisioner untuk menguji validitas dari dimensi *Usability*.

b. Uji Validitas Dimensi *Information Quality*

Terdapat 6 item pertanyaan yang masuk kedalam kuisisioner untuk menguji validitas dari dimensi *Information Quality*.

Tabel 1.
Skala likert Jawaban Responden

Alternatif Jawaban Kepentingan	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-Ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Tabel 2.
Instrumen Pengukuran Kualitas Situs

Dimensi	<i>WebQual</i> 4.0 Item
<i>Usability</i>	1. Kemudahan untuk dioperasikan.
	2. Interaksi dengan <i>website</i> jelas dan dapat di mengerti.
	3. Kemudahan untuk navigasi.
	4. Kemudahan menemukan alamat <i>website</i> .
	5. Tampilan yang atraktif.
	6. Tepat dalam penyusunan tata letak informasi.
	7. Tampilan sesuai dengan jenis <i>website</i> pemerintahan.
	8. Adanya penambahan pengetahuan dari informasi <i>website</i>
	9. Menyediakan informasi yang cukup jelas.
	10. Menyediakan informasi yang dapat dipercaya.
<i>Information Quality</i>	11. Menyediakan informasi yang <i>up to date</i> .
	12. Menyediakan informasi yang relevan.
	13. Menyediakan informasi yang mudah dibaca dan dipahami.
	14. Menyediakan informasi yang cukup detail.
	15. Menyajikan informasi dalam format yang sesuai.
	16. Mempunyai reputasi yang baik.
	17. Mendapatkan keamanan untuk melengkapi transaksi.
	18. Rasa aman dalam menyampaikan data pribadi.
	19. Kemudahan untuk menarik minat dan perhatian.
	20. Adanya suasana komunitas.
<i>Interaction Quality</i>	21. Kemudahan untuk memberi masukan (<i>feed back</i>).
	22. Tingkat kepercayaan yang tinggi atas informasi yang disampaikan <i>website</i> .
<i>Overall Impression</i>	23. Pendapat secara umum tentang <i>website</i> ini
http://www.webqual.co.uk/instrument.htm	

Tabel 3.
Usia Responden

Usia	Persentase	Jumlah
< 26	15.00%	15
26 – 30	37.00%	37
31 – 35	23.00%	23
36 – 40	13.00%	13
> 50	12.00%	12

Tabel 4.
Hasil uji validitas dimensi *Usability*

	Corrected Item-Total Correlation
Usability 1	.849
Usability 2	.866
Usability 3	.814
Usability 4	.702
Usability 5	.770

Tabel 4 lanjutan

Usability 6	.832
Usability 8	.747

Tabel 5

Hasil Uji validitas *Information Quality*

	Corrected Item-Total Correlation
Information Quality 1	.851
Information Quality 2	.788
Information Quality 3	.808
Information Quality 4	.690
Information Quality 5	.749
Information Quality 6	.737

c. Uji Validitas Dimensi *Interaction Quality*

Terdapat 8 item pertanyaan yang masuk kedalam kuesioner untuk menguji validitas dari dimensi *Interaction Quality*

d. Uji Validitas Dimensi *Over All*

Terdapat 1 item pertanyaan yang masuk kedalam kuesioner untuk menguji validitas dari dimensi *Over All*

2. Hasil Uji Reliabilitas

Kriteria uji reliabilitas suatu konstruk variable dikatakan baik jika memiliki nilai Cronbach's Alpha > 0.60 .

a. Uji Reliabilitas Usability

Pada uji reliabilitas dimensi Usability memiliki nilai Cronbach's Alpha 0.942 maka dimensi tersebut baik untuk digunakan

b. Uji Reliabilitas Information Quality

Pada uji reliabilitas dimensi *Information Quality* memiliki nilai Cronbach's Alpha 0.919 maka dimensi tersebut baik untuk digunakan

c. Uji Reliabilitas Interaction Quality

Pada uji reliabilitas dimensi *Interaction Quality* memiliki nilai Cronbach's Alpha 0.941 maka dimensi tersebut baik untuk digunakan

d. Uji Reliabilitas Over All

Pada uji reliabilitas keseluruhan dimensi memiliki nilai Cronbach's Alpha 0.983 maka seluruh dimensi tersebut baik untuk digunakan

3. Hasil Uji Multikolinieritas

Untuk mengetahui variabel yang digunakan pada penelitian ini terbebas dari adanya multikolinieritas, nilai VIF pada table coefficients tidak lebih dari 10. semua nilai VIF yang diuji memiliki nilai kurang dari 10 sehingga menunjukkan bahwa indikator keseluruhan terbebas dari multikolinieritas.

4. Hasil Uji AutoKorelasi

Ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dipakai uji *Durbin-Watson* (DW) yang tertera pada output SPSS ditentukan berdasarkan jumlah variabel bebas (k) dan jumlah sampel (n) yang akan dibuat dengan nilai dL dan dU.

a. Hasil Autokorelasi terhadap e-Satisfaction

Pada penelitian ini jumlah sampel (n) = 100 dan variabel bebas (k)=4 maka dihasilkan:

Nilai DW hitung sebesar 1.858, lebih besar dari 1.74 dan lebih kecil dari 2.285 yang artinya berada pada titik daerah tidak ada autokorelasi.

5. Hasil Uji Heteroskedastisitas
 Hasil uji multikolinieritas terhadap seluruh variabel dari penelitian ini yang meliputi Usability (X1), Information Quality (X2), Interaction Quality (X3), dan Overall Impression (Y), dilakukan dengan melihat nilai minimum, maximum, mean, dan std. deviation,

diperlihatkan pada tabel 4.7 berikut ini.

Hasil uji heterokedastisitas terhadap seluruh variable penelitian yang dilakukan dengan melihat grafik (*scatter plot*) sebagaimana yang diperlihatkan pada ilustrasi gambar 3.

Table 6.
Hasil Uji validitas *Interaction Quality*

	Corrected Item-Total Correlation
Interaction Quality 1	.695
Interaction Quality 2	.758
Interaction Quality 3	.762
Interaction Quality 4	.835
Interaction Quality 5	.862
Interaction Quality 6	.823
Interaction Quality 7	.835
Interaction Quality 8	.754

Tabel 7.
Hasil Uji Validitas *Over All*

	Corrected Item-Total Correlation
Overall Impression 1	1.000

Table 8.
Hasil Uji Reliabilitas Dimensi *Usability*

Cronbach's Alpha	N of Items
.942	8

Tabel 9.
Hasil Uji Reliabilitas *Information Quality*

Cronbach's Alpha	N of Items
.919	7

Table 10.
Hasil Uji Reliabilitas *Interaction Quality*

Cronbach's Alpha	N of Items
.941	8

Table 11.
Hasil Uji Reliabilitas *Over All*

Cronbach's Alpha	N of Items
1.000	1

Tabel 12.
Hasil Uji Reliabilitas Semua Dimensi

Cronbach's Alpha	N of Items
.983	23

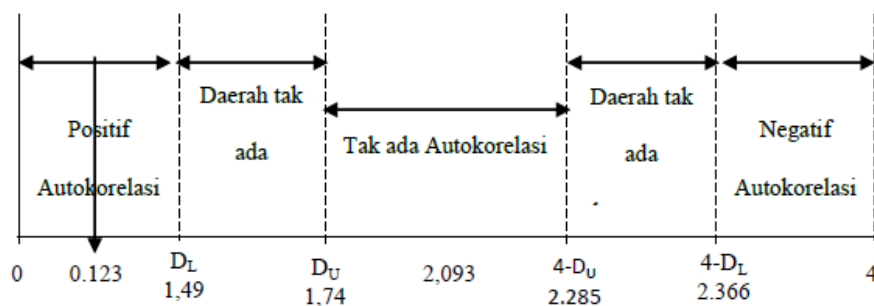
Tabel 13.
Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
(Constant)	-.377	.148		-2.540	.013		
1 Usability	.059	.053	.058	1.113	.269	.251	3.989
1 Information Quality	.039	.076	.031	.506	.614	.176	5.673
1 Interaction Quality	.023	.053	.021	.428	.670	.293	3.408

Tabel 14.
Uji Autokorelasi

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.972 ^a	.945	.932	.38445	1.858	

Pada penelitian ini jumlah sampel (n) = 100 dan variabel bebas (k)=4 maka dihasilkan:



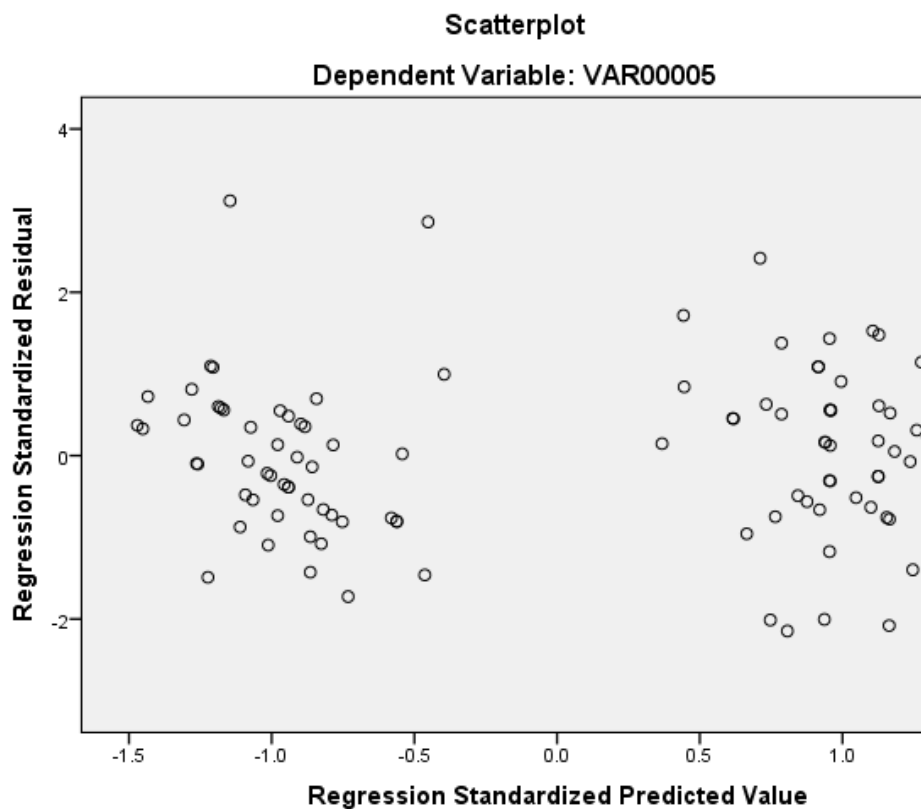
Gambar 2. Diagram Autokorelasi

Tabel 15.

Deteksi Heteroskedastisitas Residual Statistics^a

Residuals Statistics ^a					
	Minimu m	Maximu m	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	.5476	5.2973	3.1500	1.43822	100
Std. Predicted Value	-1.809	1.493	.000	1.000	100
Residual	-.81855	.93500	.00000	.34775	100
Std. Residual	-2.129	2.432	.000	.905	100

a. Dependent Variable: OverallImpression1



Gambar 3. Scatterplot

Hasil uji heterokedastisitas terhadap seluruh variable penelitian yang dilakukan dengan melihat grafik (*scatter plot*) sebagaimana yang diperlihatkan pada ilustrasi gambar 3.

Dari hasil uji *scatter plot* di atas, terlihat bahwa titik-titik membentuk sebuah garis sehingga dapat dikatakan bahwa dengan dilakukannya uji ini memberikan informasi terdapat beberapa

kelemahan dan kekurangan di beberapa bagian

Hasil Uji Normalitas

Bila titik-titik uji mendekati garis lurus (*diagonal*) maka dapat dikatakan data residual terdistribusi dengan normal, namun apabila sebaran titik-titik tersebut menjauhi garis maka tidak terdistribusi normal. Maka dapat

disimpulkan bahwa data residual terdistribusi normal.

Hasil Uji F

F hitung yang digambarkan pada output SPSS pada kolom sig. lebih kecil dari tingkat kesalahan / *error* (α) 0,05 (nilai yang telah ditentukan) maka model regresi yang diestimasi dinyatakan layak.

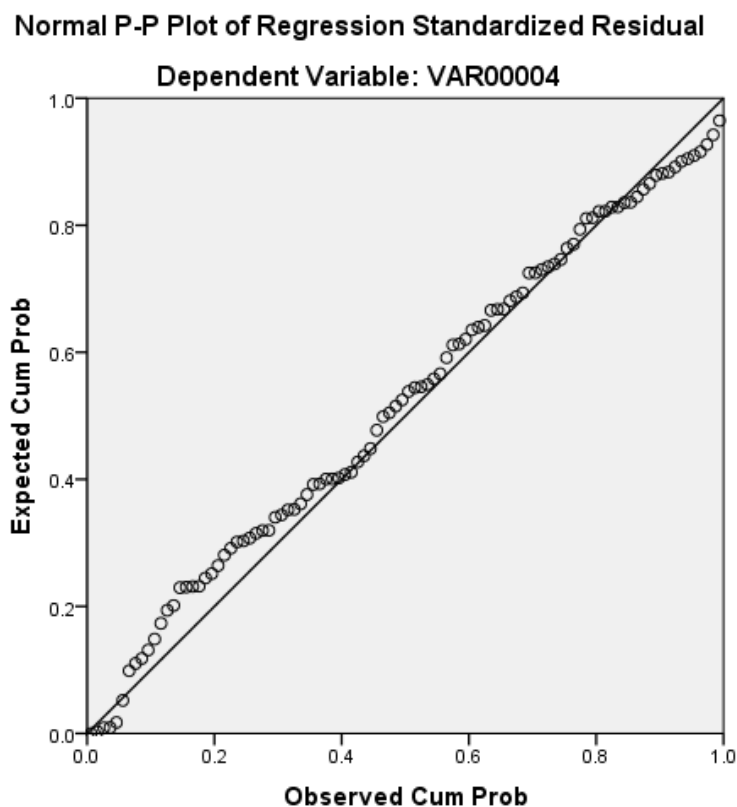
Pada tabel 16 dapat dilihat nilai prob. F hitung sig 0.000 atau lebih kecil dari nilai *error* α 0.05 maka dapat dinyatakan bahwa Hipotesis satu (berpengaruh) diterima dan hipotesis nol (tidak berpengaruh ditolak).

Hasil Uji regresi

Hasil analisis regresi berganda variabel bebas (*independent variable*), yakni: *Usability* (Kualitas Pengguna), *Information Quality* (Kualitas Informasi), *Interaction Quality* (Kualitas Interaksi Pelayanan), *Overall*

Impression (Keseluruhan), berturut-turut akan disajikan koefisien korelasi keseluruhan variabel bebas terhadap variabel terikat dan koefisien korelasi parsial setiap variabel bebas terhadap variabel terikat, sebagaimana yang dirangkum pada tabulasi berikut ini.

Dari tabel 17 terlihat bahwa nilai R adalah 0.798 atau lebih besar dari pada nilai R tabel yaitu 0.637 hal ini menunjukkan bahwa antara variabel bebas dan variabel terikat mempunyai pengaruh, besarnya pengaruh antara variabel tersebut dapat dilihat dikolam Adjusted R Square yaitu 0.625, yang berarti antara variabel bebas (*Usability*, *Quality Information*, *Quality Interaction*) memiliki pengaruh 62.5% terhadap kepuasan pelanggan sedangkan sisanya 37.5% (100-62.5) dilihat histogram dari regresi berganda tersebut pada gambar 5.



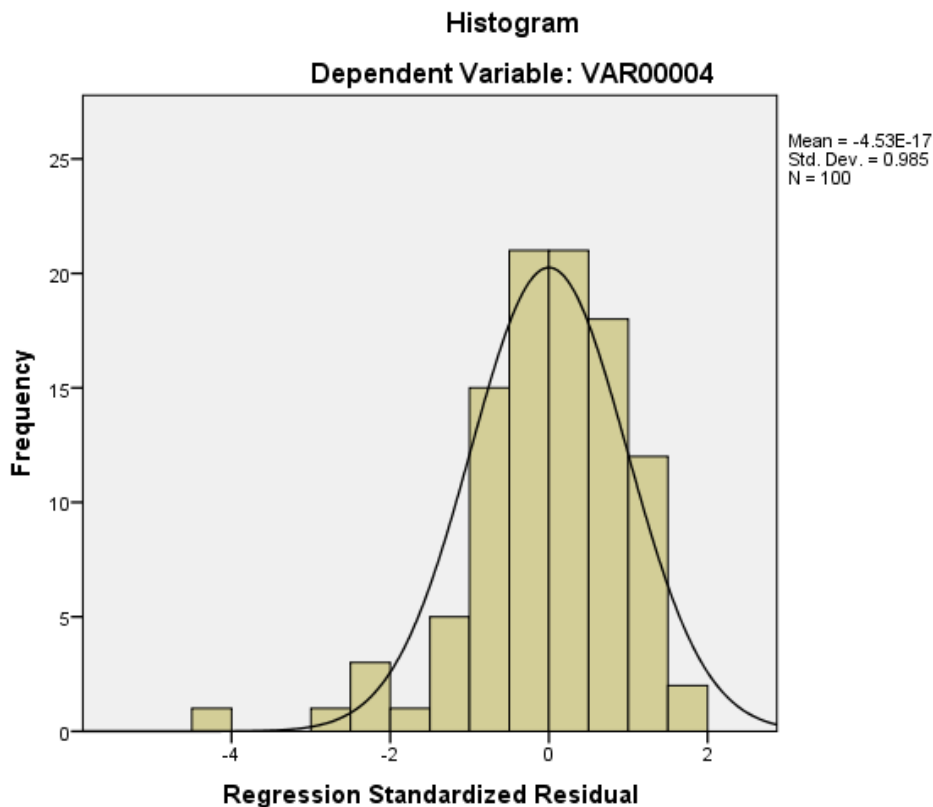
Gambar 4. Plot grafik normalisasi

Tabel 16.
Hasil Uji F indikator dimensi Overall

Model		F	Sig.
1	Regression	56.060	.000 ^b
	Residual		
	Total		

Tabel 17.
Hasil Uji Regresi Berganda

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.798 ^a	.637	.625



Gambar 5. Histogram Regresi Berganda

KESIMPULAN DAN SARAN

Respon dari koresponden penelitian yang diolah telah mendapatkan nilai validitas pada setiap variabel pertanyaan kuisioner, terlihat dari perhitungan nilai koefisien korelasi setiap variabel > 0.30 , hal tersebut dapat memberikan keterangan data dapat menjadi inputan dalam pengembangan kembali terhadap aplikasi Ticbox online survey, dari 4 dimensi WebQual 4.0 nilai reliabilitas

pada dimensi *usability* dengan 8 *item* pertanyaan memiliki nilai $0.942 > 0.60$ dapat dinyatakan reliabilitas diterima, pada dimensi *information quality* dengan 6 *item* pertanyaan memiliki nilai $0.919 > 0.60$ dapat dinyatakan reliabilitas diterima, pada dimensi *Interaction Quality* dengan 8 variabel memiliki nilai $0.941 > 0.60$ dapat dinyatakan reliabilitas diterima, dan pada variabel *Overall Impression* memiliki nilai $1.00 > 0.60$ dapat

dinyatakan reliabilitas diterima. berdasarkan pengujian dengan menggunakan metode WebQual dengan perhitungan regresi berganda dapat diketahui bahwa kriteria pada kualitas kegunaan, kualitas informasi dan kualitas interaksi secara keseluruhan menunjukkan nilai kepuasan sebesar 62.5%, yang berarti klien sudah cukup puas dengan variable tersebut, sedangkan nilai sebesar 37.5%, adalah hal yang harus dikembangkan oleh tim development PT Inovasi Cipta Abadi dengan mengembangkan atau memperbaiki produk aplikasi dan bisnis yang lebih baik dibandingkan produk saat ini.

Terlepas dari kontribusi yang diberikan penelitian ini, dalam rangka penyempurnaan lebih lanjut, baiknya untuk penelitian selanjutnya dapat mengambil responden dari kalangan masyarakat umum, pengembangan aplikasi online ticbox dapat memasuki / mengembangkan ke dunia mobile apps, sehingga dapat memudahkan responden melakukan interaksi dengan menggunakan handphone dimana saja serta kapan saja.

DAFTAR PUSTAKA

- AC Nielsen, (2015). *CONSUMER CONFIDENCE REPORT* at <http://www.nielsen.com/id/en/insights/reports/2015/q3-2015-consumer-confidence-report.html>
- Ahmadi, Candra dan Hermawan, Dadang. (2013). *E-Busines & EMarketing*. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Alhasanah, J. U. (2014). Pengaruh Kegunaan, Kualitas Informasi dan Kualitas Interaksi Layanan WEB E-commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online (Survei pada koknsumen). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(2).
- Cooper Donald R., Pamela S. Schindler. (2003). *Business Research Method*. Eight Edition. New York: McGraw Hill
- Furkonudin, F., Suryadi, E., Darmanto, D. (2016). Evaluasi Kualitas Layanan Website E-commerce Blibli.com Menggunakan Metode WebQual 4.0 Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Seminar Nasional Teknologi informasi dan Multimedia*4(1), 2-3
- Jonathan, Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, P., Keller, K., 2012. *Marketing Management (Edisi 14)*. United States : Pearson.
- Manik agnes, irma salamah, eka susanti,. 2017. *The Impact Of WebQual 4.0 Method Towards User Satisfaction Of Politeknik Negeri Sriwijaya Website*. *Jurnal elektro telekomunikasi* terapan juli 2017
- S. Monalisa.2016. *Analisis Kualitas Layanan Website Terhadap Kepuasan Mahasiswa dengan Penerapan Metode WebQual (Studi Kasus : UIN Suska Riau)*.
- Santoso, Singgih. 2003. *SPSS Statistik Multivariat*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sastika, W., 2016. *Analisis Pengaruh Kualitas Website (WEBQUAL 4.0) Terhadap Keputusan Pada Website E-commerce Traveloka (Studi Kasus: Pengguna Traveloka di Kota Bandung Tahun 2015)*. *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Komunikasi 2016 (SENTIKA 2016)*